

# Курс профессиональной подготовки

Цифровой маркетинг в фармацевтических  
и биотехнологических компаниях  
для сестринского дела



## Курс профессиональной подготовки

Цифровой маркетинг в фармацевтических  
и биотехнологических компаниях  
для сестринского дела

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 недель
- » Квалификация: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: [www.techitute.com/ru/nursing/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-digital-marketing-pharma-biotech-nursing](http://www.techitute.com/ru/nursing/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-digital-marketing-pharma-biotech-nursing)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Руководство курса

---

стр. 12

04

Структура и содержание

---

стр. 16

05

Методология

---

стр. 22

06

Квалификация

---

стр. 30

# 01

# Презентация

Цифровой маркетинг в фармацевтической и биотехнологической промышленности претерпел значительные изменения и стал незаменимым инструментом для компаний этого сектора. Таким образом, использование маркетинговых технологий необходимо для продвижения товаров и услуг через социальные сети и Интернет, способствуя их успеху на рынке. Для того чтобы специалисты по сестринскому уходу всегда были на передовой в этой требовательной области, ТЕСН разработал эту программу, которая позволяет студентам узнать о передовых стратегиях исследования рынка и методах позиционирования бренда в среде *Pharma Biotech*. Кроме того, ее 100% онлайн-формат позволяет студентам совмещать первоклассное образование со своими личными и рабочими обязанностями.

“

Благодаря ТЕСН вы узнаете о лучших методах цифрового маркетинга и сможете применить их в секторе фармацевтики и биотехнологий”

Цифровой маркетинг в фармацевтике и биотехнологиях играет ключевую роль благодаря своей способности быстро, точно и персонализированно обращаться к определенной целевой аудитории. Это дает фармацевтическим и биотехнологическим компаниям возможность повысить узнаваемость, укрепить свой бренд и эффективно продвигать свою продукцию в условиях жесткой конкуренции. Кроме того, цифровой маркетинг предлагает целый ряд инструментов и стратегий, позволяющих анализировать данные и отслеживать эффективность кампаний, что облегчает принятие решений на основе ощутимых результатов.

В этом смысле фигура профессионала, обученного последним тенденциям онлайн-маркетинга, необходима компаниям для повышения эффективности коммуникации, увеличения продаж и максимизации экономической выгоды. Поэтому TECH создал эту программу, которая дает студентам полное представление об этом предмете. На протяжении всего обучения вы будете изучать создание стратегий цифрового маркетинга в соответствии с проведенной сегментацией или освоите сложные методы проведения маркетинговых исследований в интернет-среде, а также другие вопросы.

Благодаря тому, что эта программа преподается в формате 100% онлайн, студенты смогут обновлять свои знания в этой профессиональной области без необходимости посещать учебные центры. Вы сможете воспользоваться широким спектром виртуальных образовательных ресурсов, таких как специализированные чтения и интерактивные конспекты, которые облегчат вам процесс обучения. Кроме того, метод Relearning от TECH позволит вам более эффективно понять сложные концепции за меньшее время.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области цифрового маркетинга в фармацевтических и биотехнологических компаниях для сестринского дела** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных специалистами в области управления фармацевтическими и биотехнологическими компаниями
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



*Изучите влияние, которое маркетинг может оказать на продвижение фармацевтической продукции"*

“

*Вы сможете воспользоваться преимуществами социальных сетей, чтобы выделиться в фармацевтической и биотехнологической отрасли благодаря этой программе, которую может предложить вам только TECH”*

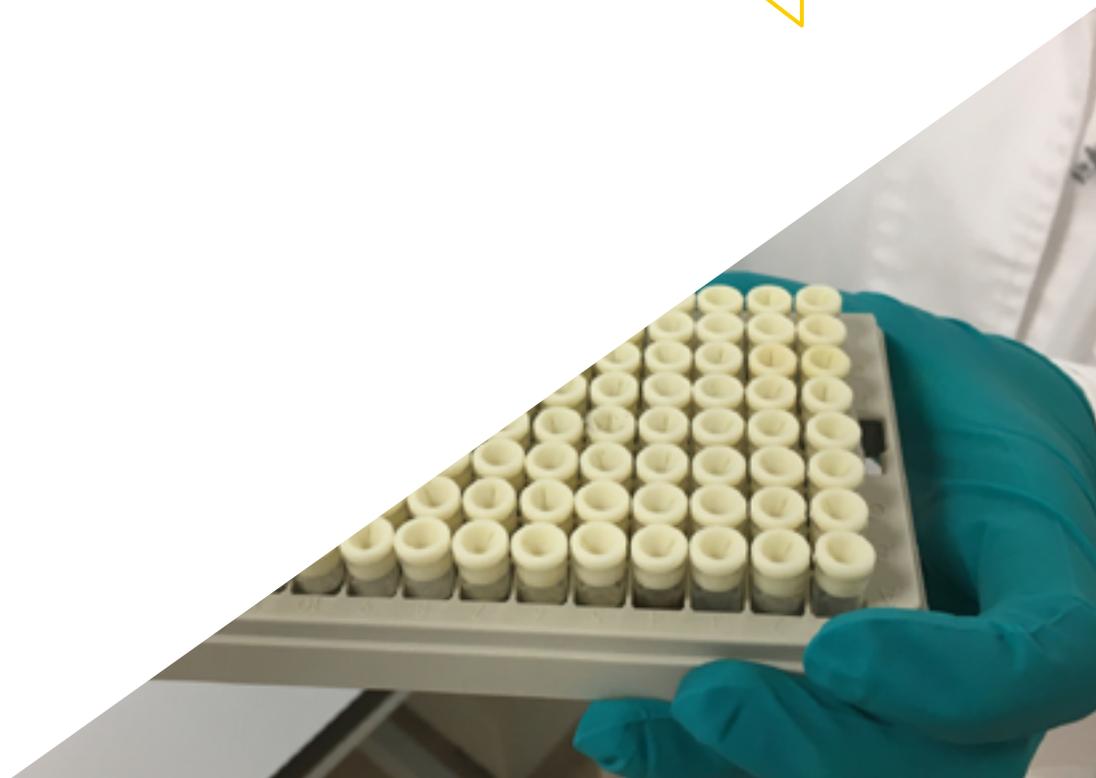
В преподавательский состав программы входят профессионалы из данного сектора, которые привносят в обучение опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешать различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом специалистам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

*Вы освоите стратегии управления сообществами в цифровой среде Pharma Biotech в рамках этого 100% онлайн Курса профессиональной подготовки.*

*Вы узнаете, что такое e-detailing и CRM в цифровом мире и как применить их в фармацевтической отрасли.*



# 02

## Цели

Цель этой программы — предоставить специалистам по сестринскому уходу обновленные цифровые компетенции и навыки, необходимые в области фармакологии и биотехнологий. Таким образом, вы сможете продвигать продукцию, устанавливать прочные отношения с другими экспертами в области медицины или позиционировать бренд фармацевтических компаний, чтобы добиться роста и успеха в этой узкоспециализированной области.



“

*В вашем распоряжении будут интерактивные брифинги и ряд мультимедийных ресурсов, которые помогут вам вникнуть во все тонкости цифрового маркетинга в секторе Pharma Biotech”*



## Общие цели

- ♦ Приобрести знания об истории стратегического менеджмента
- ♦ Классифицировать различные определения с течением времени
- ♦ Оценить финансовую эффективность
- ♦ Оптимизировать управление оборотным капиталом
- ♦ Понимать различные типы систем здравоохранения, такие как государственная, частная/частное страхование и субсидируемое здравоохранение
- ♦ Оценивать неудовлетворенные потребности пациента и управление хроническими заболеваниями
- ♦ Понимать, что такое доступ на рынок и как возникает необходимость в этой функции в фармацевтической отрасли
- ♦ Понимать структуру, организацию и функции национальной системы здравоохранения
- ♦ Изучить шаги, которые необходимо предпринять для планирования доступа на рынок нового лекарства
- ♦ Рассмотреть моменты, которые должны быть проанализированы на этапе, предшествующем разработке плана доступа, чтобы понять окружающую среду и конкурентов
- ♦ Ознакомиться с возможностями и этикой коуча
- ♦ Понимать суть коучинга и его направленность на обучение
- ♦ Приобрести базовые знания об основополагающих концепциях лидерства и их применении в фармацевтической отрасли
- ♦ Понимать и классифицировать теории лидерства, изучать процесс лидерства и различные стили и модели, которые существуют
- ♦ Получить эффективный инструмент для достижения результатов
- ♦ Определять уникальные и дифференцированные ценностные предложения





## Конкретные цели

---

### Модуль 1. Маркетинг в фармацевтических и биотехнологических компаниях

- ♦ Понимать полезность сегментации рынка и уровни приближения
- ♦ Различать рынки конечных потребителей и сегментацию по характеристикам
- ♦ Разрабатывать маркетинговые стратегии в соответствии с проведенной сегментацией
- ♦ Понимать важность предварительного позиционирования для получения конкурентных преимуществ
- ♦ Разрабатывать стратегии дифференциации и позиционирования для достижения бизнес-целей
- ♦ Понимать значимость информации и ресурсов в коммерческой сфере
- ♦ Знать источники информации и методы изучения рынка
- ♦ Использовать инструменты для проведения опросов и анализа данных

### Модуль 2. Бизнес-план в регионе

- ♦ Получить эффективный инструмент для достижения результатов
- ♦ Определять уникальные и дифференцированные ценностные предложения
- ♦ Предоставлять реальные решения своим клиентам
- ♦ Определять цели и пути их достижения
- ♦ Получать всю необходимую информацию для разработки плана
- ♦ Добиться роста продаж
- ♦ Открыть новые рынки
- ♦ Понимать, как устроен наш рынок, и давать вам инструменты для работы на нем
- ♦ Исследовать и удовлетворять потребности клиентов
- ♦ Оценивать конкурентов

### Модуль 3. Стратегический менеджмент в фармацевтической и биотехнологической промышленности

- ♦ Приобрести знания об истории стратегического менеджмента
- ♦ Классифицировать различные определения с течением времени
- ♦ Углубиться в уровни стратегического менеджмента
- ♦ Понять 6 типов создания стоимости в компании на примерах из отрасли
- ♦ Оценивать эффективность деятельности компании
- ♦ Анализировать среду VUCA
- ♦ Применять PESTEL-анализ и анализ 5 сил Портера
- ♦ Проводить SWOT-анализ
- ♦ Проводить анализ цепочки создания стоимости
- ♦ Проанализировать ресурсы и компетенции компании



*Пройдя эту программу, вы станете экспертом в области аналитики и бизнес-показателей в цифровом маркетинге для сестринского дела"*

03

# Руководство курса

В программе участвует выдающийся преподавательский состав, который будет вести занятия с инновационной академической точки зрения. Это гарантирует, что студенты получат знания от признанных экспертов с большим опытом работы в области фармацевтики, медицины и бизнеса. Таким образом, студенты могут быть уверены в том, что они смогут получить высшее образование и применить его в своей повседневной работе.



“

*У вас будет самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, с помощью которого вы узнаете все о сегментации, позиционировании и таргетинге в биотехнологической отрасли”*

## Руководство



### Г-н Карденаль Отеро, Сесар

- ♦ Руководитель фармацевтической компании Amgen
- ♦ Автор книги "Коммуникация личного бренда через социальные сети для профессионалов сектора здравоохранения"
- ♦ Степень бакалавра в области маркетинга в университете Prifysgol Cymru в Уэльсе
- ♦ Прохождение курса Inspiring Leadership through Emotional Intelligence ("Вдохновляющее лидерство через эмоциональный интеллект") в Кейс-Вестерн-Резерв университете (Case Western Reserve University)
- ♦ Последипломное образование по специальности "Управление и здоровье фармацевтической промышленности" в Европейском университете
- ♦ Степень магистра в области управления малыми и средними предприятиями Политехнической школы менеджмента
- ♦ Специализация по маркетингу в социальных сетях от Северо-Западного университета (Northwestern)
- ♦ Курс профессиональной подготовки в области международной торговли и транспорта Университета Кантабрии
- ♦ Университетский курс по изучению бизнеса Университета Кантабрии



## Преподаватели

### **Г-н Рохас Паласио, Фернандо**

- ♦ Основатель и генеральный директор компании Navandu Technologies
- ♦ Основатель международной консалтинговой компании Brigital Health
- ♦ Курс профессиональной подготовки по большим данным и анализу социальных сетей Массачусетского технологического института
- ♦ Senior Business Management Program (программа по топ-менеджменту в бизнесе) Института предпринимательства и Чикагской школы бизнеса Бута
- ♦ Степень магистра в области телекоммуникационной инженерии Мадридского политехнического университета
- ♦ Доцент академических программ по своей специальности

### **Г-жа Палау Родригес, Магали**

- ♦ Доктор фармацевтических наук, эксперт в области исследований и разработки продуктов питания
- ♦ Исследователь в области питания и пищевых наук в Университете Барселоны
- ♦ Координатор отдела маркетинга в области кампаний и образовательных материалов
- ♦ Эксперт по маркетингу компании Amgen в подразделении метаболизма костной ткани
- ♦ Доктор фармацевтических наук Университета Барселоны
- ♦ MBA в области фармацевтической и биотехнологической промышленности в Escuela Talento EPHOS
- ♦ Степень магистра в области исследования и разработки пищевых продуктов в Университете Барселоны
- ♦ Степень бакалавра Университета Барселоны по специальности "Фармацевтика"
- ♦ Инструктор по охране здоровья и работе с пищевыми продуктами от Fundació Esplai Girona

# 04

## Структура и содержание

В этой академической программе собраны уникальные материалы, которые подробно исследуют принципы и применение маркетинга в фармацевтической сфере, охватывая все — от базовых основ до последних тенденций. Кроме того, студенты получают необходимые навыки и знания для разработки и реализации высокоэффективных стратегий продаж и маркетинга в этой все более конкурентной отрасли. Все это будет доступно в виртуальной библиотеке, доступ к которой можно получить в любое время и в любом месте, для чего требуется только электронное устройство с доступом в Интернет.



“

Система *Relearning*, характерная для этой программы, позволит вам добиться индивидуального подхода к обучению”

## Модуль 1. Маркетинг в фармацевтических и биотехнологических компаниях

- 1.1. Омниканальность, воздействие и вовлеченность
  - 1.1.1. Маркетинг влияния
  - 1.1.2. Каналы общего пользования и социальные сети
  - 1.1.3. Комьюнити-менеджмент
  - 1.1.4. E-detailing и CRM в цифровой среде
  - 1.1.5. Программная реклама
  - 1.1.6. Аналитика и бизнес-показатели
- 1.2. Сегментация, позиционирование и таргетинг
  - 1.2.1. Сегментация
  - 1.2.2. Карта позиционирования
  - 1.2.3. Таргетинг
  - 1.2.4. Выводы
- 1.3. Исследование рынка
  - 1.3.1. Система маркетинга
  - 1.3.2. Сбор информации
  - 1.3.3. Процесс исследования
  - 1.3.4. Выводы
- 1.4. Управление брендом и нейромаркетинг
  - 1.4.1. Брендинг
  - 1.4.2. Виды брендинга
  - 1.4.3. Нейромаркетинг и его применение в фармацевтической промышленности
  - 1.4.4. Выводы
- 1.5. План цифрового маркетинга
  - 1.5.1. Интеграция цифрового маркетинга в общую маркетинговую стратегию
  - 1.5.2. Комьюнити-менеджер
  - 1.5.3. План цифрового маркетинга
  - 1.5.4. Целевая аудитория
- 1.6. Электронная коммерция
  - 1.6.1. Воронка конверсии
  - 1.6.2. Продвижение электронной коммерции
  - 1.6.3. Метрические данные
  - 1.6.4. Платформы электронной коммерции

- 1.7. Цифровые стратегии
  - 1.7.1. Коммуникационные стратегии в социальных сетях. Совместное создание контента
  - 1.7.2. Контент-маркетинг и инфлюенсеры
  - 1.7.3. Цифровой маркетинг для поддержки лидерства в терапевтической области
  - 1.7.4. Партнерство с пациентами
- 1.8. Разработка цифровых программ
  - 1.8.1. Определение целей
  - 1.8.2. Программы для поддержки стратегий бренда: повышение осведомленности о заболевании, смена препаратов и вовлеченность
  - 1.8.3. Цифровой маркетинг и торговая сеть
  - 1.8.4. Таргет
- 1.9. Аналитика данных и искусственный интеллект
  - 1.9.1. Применение больших данных в фармацевтической промышленности
  - 1.9.2. Инструменты искусственного интеллекта для поддержки диагностики
  - 1.9.3. Инструменты искусственного интеллекта для поддержки ведения пациентов
  - 1.9.4. Последние разработки
- 1.10. Прочие технологии
  - 1.10.1. Электронные записи и сбор данных
  - 1.10.2. Web 3 и новые тенденции в экономике токенов. Влияние на фармацевтическую промышленность
  - 1.10.3. Виртуальная, дополненная и смешанная реальность
  - 1.10.4. Метавселенная

## Модуль 2. Бизнес-план в регионе

- 2.1. Бизнес-планы
  - 2.1.1. Что такое бизнес-план?
  - 2.1.2. Цель и задачи бизнес-планов
  - 2.1.3. Почему важно составлять бизнес-план
  - 2.1.4. Когда составлять бизнес-план

- 2.2. Контекст фармацевтической отрасли
  - 2.2.1. Структурная ситуация в фармацевтической отрасли
  - 2.2.2. Ключевые люди и отделы в разработке плана действий
  - 2.2.3. Общий менеджмент
    - 2.2.3.1. Управление продажами
    - 2.2.3.2. Отдел маркетинга
    - 2.2.3.3. Медицинский отдел
    - 2.2.3.4. Финансовый отдел
    - 2.2.3.5. Нормативный отдел
  - 2.2.4. Современные задачи, стоящие перед фармацевтической промышленностью
- 2.3. Этапы разработки бизнес-плана
  - 2.3.1. Определить цель
  - 2.3.2. Описание продукта: ключевые атрибуты
  - 2.3.3. Какая информация мне нужна для составления плана
  - 2.3.4. Согласование со стратегией
  - 2.3.5. Определение сроков
  - 2.3.6. Определение ресурсов
  - 2.3.7. Установление результатов
- 2.4. Бизнес- и маркетинговый план
  - 2.4.1. Коммерческие ресурсы для создания плана
  - 2.4.2. Выбор плана в соответствии с нашей целью
  - 2.4.3. Маркетинговая стратегия: согласование
  - 2.4.4. Маркетинговые ресурсы как рычаг
- 2.5. Анализ клиентов
  - 2.5.1. Управление взаимоотношениями с клиентами
  - 2.5.2. Определение потребностей клиентов
  - 2.5.3. Коммуникация с клиентами
  - 2.5.4. Выводы
- 2.6. Анализ конкуренции
  - 2.6.1. Сегментация рынка
  - 2.6.2. Конкурентный анализ вашего продукта
  - 2.6.3. Коммерческие стратегии по отношению к конкурентам
  - 2.6.4. Планы по расширению
  - 2.6.5. Оборонные планы
- 2.7. Экономический анализ бизнес-плана
  - 2.7.1. Оценка затрат и целей
  - 2.7.2. Источники и стратегии инвестиций
  - 2.7.3. Анализ финансовых рисков
  - 2.7.4. Оценка возврата инвестиций
- 2.8. Реализация и мониторинг бизнес-плана
  - 2.8.1. Повестка дня бизнес-плана
  - 2.8.2. Мониторинг процесса и механизмы пересмотра по мере его развития
  - 2.8.3. KPI: объективные показатели эффективности
  - 2.8.4. Выводы
- 2.9. Итоговый анализ бизнес-плана
  - 2.9.2. Соблюдение сроков
  - 2.9.3. Анализ результатов
  - 2.9.4. Анализ бюджета
- 2.10. Маркетинговый план для фармацевтических и биотехнологических компаний
  - 2.10.1. Анализ рынка
  - 2.10.2. Конкуренция
  - 2.10.3. Целевая аудитория
  - 2.10.4. Позиционирование бренда

### Модуль 3. Стратегический менеджмент в фармацевтической и биотехнологической промышленности

- 3.1. Стратегии выхода на рынок
  - 3.1.1. Исследование рынка
  - 3.1.2. Стратегические партнеры
  - 3.1.3. Наиболее используемые стратегии
  - 3.1.4. Мониторинг и адаптация
- 3.2. Стратегический менеджмент в фармацевтической компании
  - 3.2.1. Уровни стратегического менеджмента
  - 3.2.2. Инновации
  - 3.2.3. Портфолио
  - 3.2.4. Закупки

- 3.3. Создание стоимости в компании
  - 3.3.1. 6 типов создания стоимости в компании
  - 3.3.2. Производительность в компании
  - 3.3.3. Примеры из отрасли
  - 3.3.4. Выводы
- 3.4. Деловая среда фармацевтической и биотехнологической компании
  - 3.4.1. Среда VUCA
  - 3.4.2. Анализ PESTEL
  - 3.4.3. Анализ 5 сил Портера
  - 3.4.4. SWOT-анализ
- 3.5. Внутренний анализ
  - 3.5.1. Анализ цепочки создания стоимости
  - 3.5.2. Анализ ресурсов и компетенций
  - 3.5.3. Анализ VRIO
  - 3.5.4. Выводы
- 3.6. Стратегии бизнес-единиц
  - 3.6.1. Стратегическая бизнес-единица
  - 3.6.2. Конкурентное преимущество
  - 3.6.3. Типы стратегий в зависимости от конкурентных преимуществ
  - 3.6.4. Выводы
- 3.7. Корпоративная стратегия и диверсификация
  - 3.7.1. Корпоративная стратегия
  - 3.7.2. Стратегия бизнес-портфеля
  - 3.7.3. Стратегия роста
  - 3.7.4. Наиболее используемые стратегии
- 3.8. Стратегия интернационализации
  - 3.8.1. Международная стратегия компании
  - 3.8.2. Глобализация экономики
  - 3.8.3. Риски интернационализации
  - 3.8.4. Преимущества интернационализации





- 3.9. Стратегические альянсы, поглощения и слияния
  - 3.9.1. Внешняя и внутренняя стратегия роста
  - 3.9.2. Альянсы в фармацевтической промышленности
  - 3.9.3. Отраслевые слияния
  - 3.9.4. Приобретения в секторе
- 3.10. Этика и корпоративная социальная ответственность
  - 3.10.1. Деловая этика
  - 3.10.2. Экологическая устойчивость
  - 3.10.3. Социальная ответственность
  - 3.10.4. Устойчивая экология

**“** Вы будете наслаждаться самым современным академическим содержанием на образовательной сцене, доступным в инновационных мультимедийных форматах для оптимизации вашего обучения”

# 05

# Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



““

*Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”*

## В Школе сестринского дела TECH мы используем метод кейс

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? На протяжении всей программы вы будете сталкиваться с множеством смоделированных клинических случаев, основанных на историях болезни реальных пациентов, когда вам придется проводить исследования, выдвигать гипотезы и в конечном итоге решать ситуацию. Существует множество научных доказательств эффективности этого метода. Медицинские работники учатся лучше, быстрее и показывают стабильные результаты с течением времени.

*В TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который подверг сомнению традиционные методы образования в университетах по всему миру.*



По словам доктора Жерваса, клинический случай - это описание диагноза пациента или группы пациентов, которые становятся "случаем", примером или моделью, иллюстрирующей какой-то особый клинический компонент, либо в силу обучающего эффекта, либо в силу своей редкости или необычности. Важно, чтобы кейс был основан на текущей профессиональной ситуации, пытаюсь воссоздать реальные условия в профессиональной врачебной практике.

“

*Знаете ли вы, что этот метод был разработан в 1912 году, в Гарвардском университете, для студентов-юристов? Метод кейсов заключался в представлении реальных сложных ситуаций, чтобы они принимали решения и обосновывали способы их решения. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете”*

**Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:**

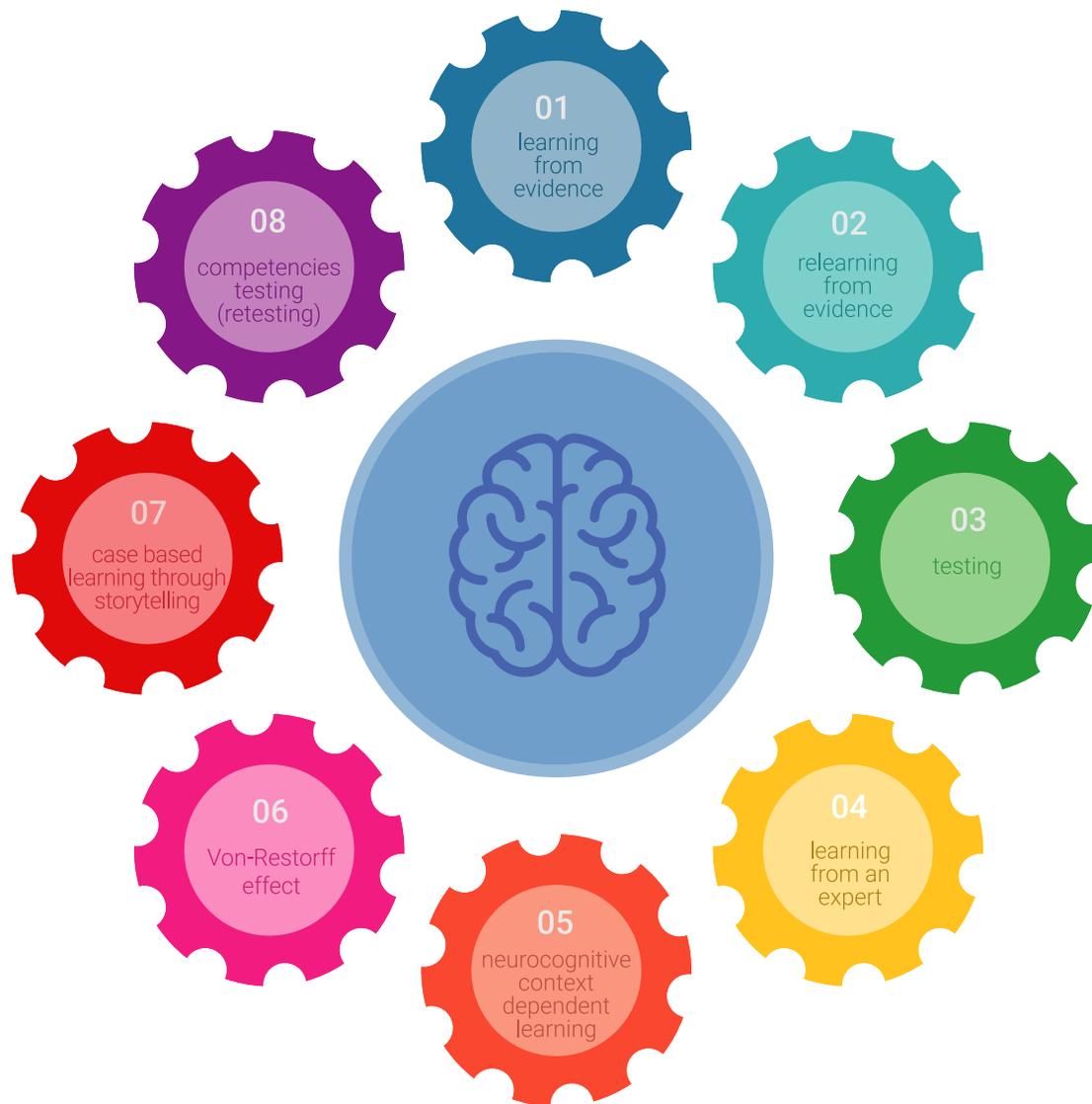
1. Медицинские работники, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, что позволяет медицинскому работнику лучше интегрировать полученные знания в больницу или в учреждении первичной медицинской помощи.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.



## Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.



*Медицинский работник будет учиться на основе реальных случаев и разрешения сложных ситуаций в смоделированных учебных условиях. Эти симуляции разработаны с использованием самого современного программного обеспечения для полного погружения в процесс обучения.*

Находясь в авангарде мировой педагогики, метод Relearning сумел повысить общий уровень удовлетворенности специалистов, завершивших обучение, по отношению к показателям качества лучшего онлайн-университета в мире.

С помощью этой методики мы с беспрецедентным успехом обучили более 175000 медицинских работников по всем клиническим специальностям, независимо от практической нагрузки. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

*Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.*

В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу.

Общий балл квалификации по нашей системе обучения составляет 8.01, что соответствует самым высоким международным стандартам.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



#### Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями курса, специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



#### Техники и практики медицинской помощи на видео

TECH предоставляет в распоряжение студентов доступ к новейшим методикам и достижениям в области образования и к передовым технологиям. Все с максимальной тщательностью, объяснено и подробно описано самими преподавателями для усовершенствования усвоения и понимания материалов. И самое главное, вы можете смотреть их столько раз, сколько захотите.



#### Интерактивные конспекты

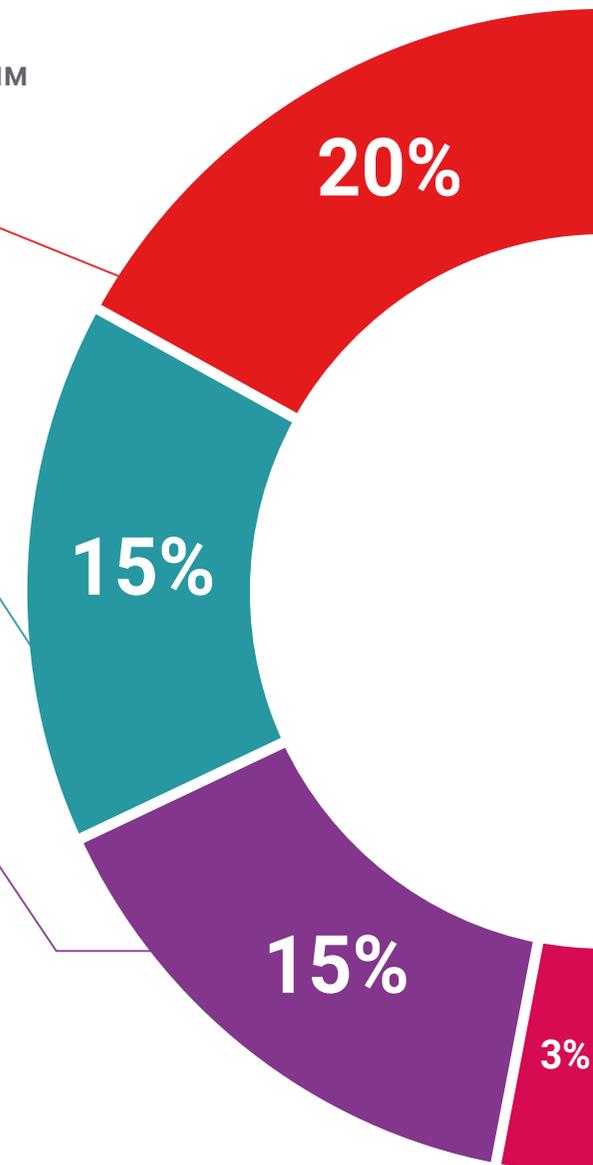
Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

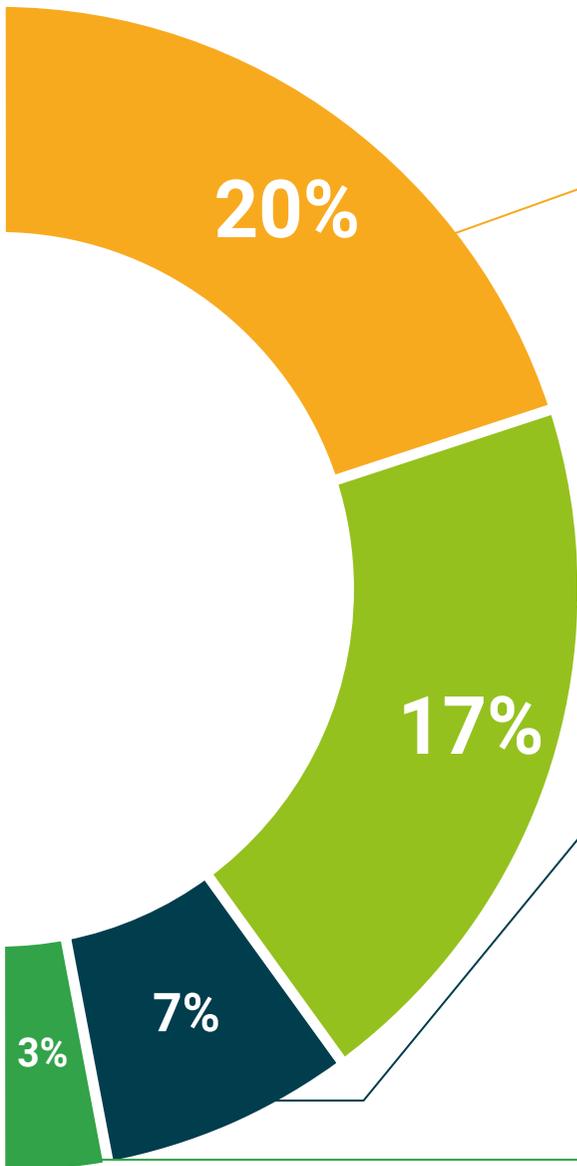
Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



#### Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





#### Анализ кейсов, разработанных и объясненных экспертами

Эффективное обучение обязательно должно быть контекстным. Поэтому мы представим вам реальные кейсы, в которых эксперт проведет вас от оказания первичного осмотра до разработки схемы лечения: понятный и прямой способ достичь наивысшей степени понимания материала.



#### Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленные цели.



#### Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны. Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



#### Краткие руководства к действию

TECH предлагает наиболее актуальное содержание курса в виде рабочих листов или сокращенных руководств к действию. Обобщенный, практичный и эффективный способ помочь вам продвинуться в обучении.



06

# Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области цифрового маркетинга в фармацевтических и биотехнологических компаниях для сестринского дела гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



““

*Успешно пройдите эту программу  
и получите университетский диплом  
без хлопот, связанных с поездками  
и бумажной волокитой”*

Данный **Курс профессиональной подготовки в области цифрового маркетинга в фармацевтических и биотехнологических компаниях для сестринского дела** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Курса профессиональной подготовки**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Курсе профессиональной подготовки, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Курса профессиональной подготовки в области цифрового маркетинга в фармацевтических и биотехнологических компаниях для сестринского дела**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 недель**



\*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество

**tech** технологический  
университет

Курс профессиональной  
подготовки

Цифровой маркетинг в фармацевтических  
и биотехнологических компаниях  
для сестринского дела

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 недель
- » Квалификация: TESH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

# Курс профессиональной подготовки

Цифровой маркетинг в фармацевтических  
и биотехнологических компаниях  
для сестринского дела